



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Dopady reklamace na podnikání

Impacts of Complaint in Business

Student:

Mojmír Krátký

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Richard Bartes

Ostrava 2020

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra podnikohospodářská

## Zadání bakalářské práce

Student: **Mojmír Krátký**  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: 6208R020 Ekonomika podniku  
Téma: **Dopady reklamace na podnikání**  
**Impacts of Complaint on Business**  
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Právní úprava
3. Dopady reklamace na ekonomiku a dobrou pověst podnikatele
4. Dotazníkové šetření
5. Vyhodnocení
6. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- ČERNÁ, Stanislava a kol. *Obchodní právo-podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. 736 s. ISBN 978-80-7552-333-4.
- DOHNAL, J., M. GALVAS a J. OLIVA. *Obchodní smlouvy*. Praha: C. H. Beck, 2016. 232 s. ISBN 978-80-7400-489-6.
- VÍTOVÁ, Blanka. *Zákon k ochraně spotřebitele. Komentář*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. 364 s. ISBN 978-80-7478-984-7.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Richard Bartes**

Datum zadání: 22.11.2019

Datum odevzdání: 07.05.2020



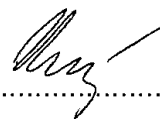
  
doc. Ing. Jindra Peterková, Ph.D.  
vedoucí katedry

  
doc. Ing. Lenka Kauzerová, CSc.  
proděkanka pro studium  
na základě pověření k jednání č.j.  
VSB/19/050319/9900 ze dne 24. 9. 2019

Poděkování:

Na tomto místě bych chtěl poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce panu  
Mgr. Richardu Bartesovi, za odborné vedení, cenné rady a veškerý čas mi věnovaný.

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně příloh vypracoval samostatně.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mojmír', written over a horizontal dotted line.

Mojmír Krátký

V Olomouci dne 1. 5. 2020

# Obsah

1	Úvod.....	4
2	Právní úprava.....	7
2.1	Dodání jiné věci.....	7
2.2	Právní vady .....	8
2.3	Vady v dokladech .....	8
2.4	Vady v množství.....	8
2.5	Reklamacie v obecné rovině.....	9
2.6	Vybrané smluvní typy v relevanci k reklamacím .....	10
2.6.1	Koupě.....	11
2.6.2	Dílo.....	14
2.6.3	Zájezd.....	15
2.6.4	Nájem .....	18
2.6.5	Směna .....	18
3	Dopady reklamacie na ekonomiku podniku a dobrou pověst podnikatele .....	20
3.1	Účetní rovina.....	20
3.1.1	Účtování uznané reklamacie.....	20
3.1.2	Účtování neuznané reklamacie .....	21
3.1.3	Neúčtování o reklamačním nároku.....	21
3.2	Ekonomické a jiné dopady reklamací na podnik .....	22
3.2.1	Logistické dopady .....	23
3.2.2	Zdražování financování cizím kapitálem .....	26
3.2.3	Nahrazení konkurenčním substitučním produktem.....	26
3.2	Preventivní vnitropodnikové procesy .....	28
3.2.1	Právní nástroje .....	29
3.2.2	Ekonomicko-organizační nástroje.....	29
4	Dotazníkové šetření a jeho vyhodnocení .....	34
4.1	Souhrnné vyhodnocení dotazníku .....	41
4.2	Zpětná odezva v podniku .....	41
5	Závěr.....	43
	Seznam použité literatury .....	44
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam příloh a grafů	
	Příloha č. 1	

# 1 Úvod

Naše společnost prošla v posledních dekádách značnou proměnou, kdy se hospodářství jako celek, poměrně úspěšně transformovalo z hospodářství centrálně plánovaného na systém takzvaného tržního hospodářství (Stránský, 1997). Tato zásadní, historická a blahodárná přeměna, ke které došlo po politickém převratu v mocenských strukturách státu, ke konci předešlého milénia, vedla k robustnímu růstu blahobytu, bohatství a životní úrovně širokých vrstev naší společnosti v historicky nebývalém rozsahu (ČSÚ, 2020).

Kruciálním předpokladem pro tento pozitivní vývoj byla existence svobodného soukromého podnikání, ve kterém jsou efektivně a primárně tvořeny a kumulovány hodnoty, z nichž mohou být následně financovány a realizovány veškeré politiky státu, jak na celostátní, tak regionální úrovni, tak i politiky jednotlivých soukromých subjektů.

Soukromé podnikání však v sobě imanentně zahrnuje určitou míru rizik pro podnikající subjekty samotné. Tyto subjekty, pokud se chtějí na volném trhu úspěšně etablovat a soustavně rozvíjet, musí být schopny těmto výzvam úspěšně čelit. K těmto současným rizikům, která ohrožují podnikatele, mohou být řazena rizika demografická - s ohledem na současné trendy ve společnosti, kdy dochází ke stárnutí populace a v dlouhodobém horizontu bude docházet k úbytku práceschopných obyvatel (ČSÚ, 2020), či v neschopnosti vzdělávacího systému produkovat absolventy dle aktuální poptávky podnikajících subjektů, rostoucí míru konkurence v důsledku rozsáhlé globalizace trhu, dále rizika politická, čistě ekonomická, či rizika ekonomicko-právní (Kislingerová, Nový, a kol., 2005). O každém z těchto rizik by bylo možno velmi podrobně a obšírně pojednat z různých úhlů pohledů, za vlivu dalších faktorů a různých proměnných veličin.

Do posledně jmenované kategorie, tedy do kategorie ekonomicko-právních rizik, může být zakomponována i problematika dopadů platné právní regulace na právní vztahy podnikatelů, mohly by sem být řazeny instituty související s existencí, změnou či zánikem právnických osob, rizika spojená s jednotlivými právními formami právnických osob, fúzemi či akvizicemi apod.

Pro svou bakalářskou práci jsem si však zvolil téma „Dopady reklamace na podnikání“, tedy obeznámenost podnikatele s problematikou institutů jako práv z vad, záruky za jakost a reklamací obecně. Toto jsou instituty, jejichž znalost považuji za



nezbytnou pro každého podnikatele, který při výkonu své běžné činnosti, při svých obligačních aktivitách vůči třetím osobám, konaných především v obchodním styku, poskytuje odběratelům/zákazníkům určité zboží či služby. Z tohoto obligačního jednání může podnikateli vyvstat řada rizik, a to z titulu již zmíněných reklamací.

V této bakalářské práci tedy ponechám stranou problematiku související s podnikateli ve smyslu věcně právním a právní úpravu vzniku, zániku a přeměn právnických osob apod. a budu se primárně věnovat problematice reklamací, jakožto jednomu z rizik pro podnikatele, neboť reklamace mohou mít v konečném důsledku pro podnikatele dalekosáhlé ekonomické i právní důsledky.

V dnešní době, kdy se v České republice zvyšuje počet aktivně působících advokátů a jejich dostupnost široké veřejnosti se zvyšuje (ČAK, 2006), (ČAK, 2012), je daleko pravděpodobnější než kdy jindy, že případné spory z reklamací budou řešeny soudní cestou, proto se domnívám, že toto téma je v dnešní době pro drtivou většinu podnikatelů v České republice tématem více než aktuálním.

V první části své bakalářské práce bych chtěl rozebrat jednotlivé instituty a smluvní typy občanského práva, se kterými se podnikatelé při své obchodní činnosti denně setkávají a u těchto smluvních typů bych chtěl detailně rozebrat jednotlivá specifika práv z vad, možnosti reklamace a případná úskalí této problematiky.

Následně bych také poukázal na dopady reklamace v ekonomické, resp. účetní rovině. Tedy jakým způsobem se promítají právní spory smluvních stran do účetnictví, na hospodaření podniku, dobrou pověst podnikatele a do dalších vybraných oblastí podnikání.

Z dotazníkového šetření zaměřeného na zjištění gramotnosti podnikatelů a případně zaměstnanců v této otázce a jejich zkušenostmi s reklamacemi a jejich průběhem získám data, která využiji k analýze, zda a v jaké míře se smluvní strany účinně domáhají svých práv, jaké vlastně mají smluvní strany o této problematice povědomí a jaké jsou odlišnosti reálné praxe smluvních stran při řešení reklamací od stavu žádoucího. Na konkrétních případech se pokusím naznačit nejvhodnější možný postup vyřízení reklamace jako takové a to tak, aby měla reklamace na hospodaření podnikatele co nejmenší negativní dopady.

Cílem této bakalářské práce tedy bude uceleně a přehledně pojednat o problematice reklamací, se kterými se mohou podnikající subjekty setkat při své

podnikatelské činnosti, poukázat na možná ekonomicko-právní úskalí, a dopady na podnikatele a předestřít nejvhodnější možnost obrany proti reklamacím z pozice podnikatelů a dále zhodnotit na vzorku osob, z podnikového prostředí, obeznámenost s touto problematikou a případně navrhnout opatření ke zkvalitnění těchto znalostí pomocí standardizovaných vnitropodnikových procesů. Naopak z druhé strany velice stručně poukáži na veškeré možné zákonné kroky spotřebitelů a nepodnikajících subjektů k tomu, aby v průběhu reklamace dosáhli svého požadovaného cíle, tedy kladného vyřízení reklamace.

Při vypracování této práce budu aplikovat především metodu komparace a analýzy. Bakalářskou práci vyhotovím k právnímu stavu, který bude aktuální v době odevzdání této práce.

## 2 Právní úprava

Pro práva a povinnosti stran při řešení reklamace jsou stěžejními předpisy zákon č. 89/2012 Sb. v platném znění, (dále jen Občanský zákoník/OZ) a zákon č. 634/1992 Sb. v platném znění (dále jen Zákon o ochraně spotřebitele).

Reklamací v širším slova smyslu nazýváme určitý proces, při kterém uplatňuje jedna ze smluvních stran vůči druhé smluvní straně svá zákonem stanovená práva, kterých se domáhá v návaznosti na určité nekvalitní, neplnohodnotné, tedy vadné plnění, resp. na plnění, které je v nesouladu s tím, jak bylo toto plnění vymezeno v závazku mezi těmito subjekty. Především v intencích kupní smlouvy s ohledem na ust. § 2095 Občanského zákoníku, se posuzuje soulad s ujednaným množstvím, jakostí a provedením, a pokud tyto specifikace nejsou explicitně ujednány, má být plněno v jakosti a provedení, které je vhodné pro účel patrný ze smlouvy, jinak pro účel obvyklý.

Občanský zákoník nepoužívá zpravidla pojem reklamace, jakožto vyjádření určitého nekvalitního, neřádného plnění, nýbrž pracuje právě s pojmem vady a právy z vad, případně zárukou za jakost, kdy faktickou vadu popisuje jako: *„odchylku od určitého standardu, jenž zahrnuje vlastnosti, kvalitu, množství a provedení věci, jež jsou určující pro dosažení účelu, k němuž má věc sloužit,“* (Švestka, Dvořák, Fiala, 2014, s. 790) Až v návaznosti na přesně definované vadné plnění můžeme hovořit o určitém reklamačním procesu, který spočívá ve vytknutí konkrétní vady vůči druhé smluvní straně, výběrem řešení nastalé situace a končící případným vyřešením celé záležitosti.

Jak již bylo nastíněno, vada jako taková může spočívat v řadě okolností. Níže ve stručnosti bude pojednáno o některých z nich, neboť v určitých situacích si smluvní strany nemusí ani uvědomit, že se jedná o tzv. vadné plnění, zakládající právo na reklamaci zboží nebo služby.

### 2.1 Dodání jiné věci

Za vadné plnění je považována například i situace, kdy fakticky dojde k určitému plnění, toto je ze strany kupujícího převzato, avšak věc jako taková je odlišná od věci, které byla objednána. Hovoříme o tzv. plnění aliud, tedy plnění jiné věci, než bylo sjednáno (Švestka, Dvořák, Fiala, 2014).

Jedná se například o situaci, kdy si kupující u prodejce objedná katalogové kancelářské křeslo, které je mu dodáno zabalené v krabici, tuto krabici si převezme a zaplatí kupní cenu, avšak po rozbalení krabice kupující zjistí, že v krabici nebylo kancelářské křeslo, jak bylo v kupní smlouvě ujednáno, ale toliko barová židlička. V této situaci může kupující předmětné plnění bezesporu reklamovat a to právě s ohledem na plnění aliud.

## **2.2 Právní vady**

Jedná se o situaci, kdy na věci, která je předmětem plnění, váznou určitá práva třetích osob, která omezují užívání této věci novým vlastníkem. Takto omezujícím právem může být například existující zajišťovací právo, různá užívací práva, a to například v podobě věcných břemen.

Tato situace se však nevztahuje na případy, kdy kupující o takovéto vadě věděl nebo musel vědět, nebo si toto zatížení způsobil subjekt sám (Švestka, Dvořák, Fiala, 2014).

## **2.3 Vady v dokladech**

V této situaci strana, která má smluvně ujednánou povinnost k určitému plnění dodá věc s dokumenty, které však nemají potřebnou kvalitu. Jedná se o případy, kdy doklady nutné pro užívání věci zcela chybí, nebo jsou neúplné. Pod pojmem doklady, tak jak je s ním operováno v ust. § 2094 Občanského zákoníku, je možné podřadit i návod k sestavení věci a návod k užívání. Typickým příkladem, který je nutný k užívání věci, je velký technický průkaz u motorového vozidla, jehož absence značně ztěžuje případné užívání novým subjektem (Švestka, Dvořák, Fiala, 2014).

## **2.4 Vady v množství**

S ohledem na dikci ust. § 2093 a 2098 Občanského zákoníku je třeba odlišovat situace, kdy je dodáváno zboží, jehož množství lze určit jen přibližně, např. písek atd., a zboží, které je možné přesněji kvantifikovat, např. kancelářská křesla.

Z uvedených ustanovení dovodíme, že v prvním případě může finální množství zboží určit prodávající, kdy odchylka nesmí překračovat 5% množství stanoveného ve smlouvě, jinak se jedná o vadné plnění. V druhém případě může prodávající dodat větší množství zboží, aniž by tímto svým jednáním porušoval smlouvu a

navíc je zde fikce, že smlouva bude uzavřena i na toto přebytké množství, ledaže jej kupující bez zbytečného odkladu odmítne.

## 2.5 Reklamace v obecné rovině

V návaznosti na vadné plnění jedné ze smluvních stran pak nastupuje proces reklamace, jakožto snahy o dosažení řádného plnění od subjektu, který dosud řádně neplnil, tedy neplnil bez vad, případně snahy o určité ukončení závazku.

Konkrétní práva poškozené smluvní strany jsou obecně uvedena v ust. § 1914 a násl. OZ a dále například v ust. § 2002 ve spojení s ust. § 2106 a násl. Občanského zákoníku, pokud hovoříme o smlouvě kupní. V ust. § 2002 OZ je vymezeno, co je považováno, za podstatné porušení smlouvy, kdy za takovéto porušení je považována situace, kdy porušení smluvních povinností druhou stranou je takové intenzity, že strana porušující své závazky věděla nebo musela vědět, že by druhá strana smlouvu vůbec neuzavřela, pokud by takovéto porušení předvídala a v ostatních případech se má za to, že se jedná o nepodstatné porušení smlouvy.

Toto odlišení podstatného a nepodstatného porušení smlouvy je velmi důležité, neboť od intenzity porušení smlouvy se následně odvíjí práva, kterých se může poškozená strana vůči straně porušující své povinnosti domáhat.

V ust. § 2106 OZ (tedy v intencích kupních smluv) je uvedeno, že pokud dojde k podstatnému porušení smlouvy, tak je možné domáhat se:

- a) odstranění vady dodáním nové věci bez vady nebo dodáním chybějící věci
- b) odstranění vady opravou věci
- c) na přiměřenou slevu z kupní ceny
- d) odstoupení od smlouvy.

Výběr konkrétního řešení reklamace u podstatné vady je na poškozené straně, kdy tato však musí své právo zvolit při oznámení vady (ust. § 2106 odst. 2 a odst. 3 Občanského zákoníku), nebo bez zbytečného odkladu po oznámení vady. Je dovozeno, že v této situaci by mělo dojít ke zvolení práva nejpozději v řádu dnů od vytknutí vady u druhé smluvní strany (Švestka, Dvořák, Fiala, 2014). Nezvolí-li své právo kupující včas, má práva podle ust. § 2107 OZ, tedy disponuje právem na

odstranění vady, případně na přiměřenou slevu z kupní ceny, avšak například přichází o možnost odstoupit od smlouvy.

Problematikou podstatných vad se zabíral i Nejvyšší soud České republiky, kdy ve svém rozhodnutí ze dne 16. 11. 2017, sp. zn. 23 Cdo 3724/2017, uvádí, že pokud zakoupený automobil z důvodu nemožnosti identifikace tohoto vozidla dle identifikačního čísla automobilu (VIN kódu) neprojde toto silniční vozidlo s úspěchem evidenční kontrolou podle zákona o podmínkách provozu vozidel na pozemních komunikacích, je technicky nezpůsobilé k provozu na pozemních komunikacích. Taková vada na zakoupeném vozidle zakládá práva z vadného plnění a to v intencích vad podstatných a v důsledku této vady je tedy možno následně požadovat po prodávajícím odstoupení od kupní smlouvy jako takové.

V praxi tak může docházet k situacím, kdy podnikatel v tomto případě může využít, či zneužít nepozornosti kupujícího, kdy poškozené straně převezme věc do reklamačního řízení, avšak bez zvolení konkrétního práva poškozenou stranou, nebo resp. nedojde k uvedení vybraného práva do reklamačního protokolu, nebo si podnikatel do protokolu vymíní mu vyhovující způsob vyřešení reklamace, následně nechá tento reklamační protokol zákazníkovi podepsat (ten z důvodu nepozornosti podepíše) a posléze může podnikatel téměř vnutit jím zvolený způsob vyřízení reklamace poškozené straně, neboť ta nebude schopna prokázat, že si své právo zvolila včas a v rozsahu, jaký nyní požaduje a byť by například chtěla odstoupit od smlouvy, tak bude nucena přijmout opravenou věc.

## **2.6 Vybrané smluvní typy v relevanci k reklamacím**

V následujících pododdílech bude demonstrována odlišná úprava reklamace a práv smluvních stran u jednotlivých smluvních typů, které mohou být považovány za nejběžnější při výkonu podnikání, nebo které se mohou jevit jako zajímavé s ohledem na vztah ke spotřebiteli, tedy ke koncovému zákazníkovi. Nebude se jednat o pojednání o všech hypotetických smluvních typech, které mohou být v rámci podnikání uzavírány, neboť počet smluvních typů obsažených v Občanském zákoníku je značný a to nemluvě o tzv. inominačních smlouvách. Dále budou částečně rozvedeny možnosti obrany podnikatele vůči těmto reklamacím.

## 2.6.1 Koupě

*„Kupní smlouvou se prodávající zavazuje, že kupujícímu odevzdá věc, která je předmětem koupě, a umožní mu nabýt vlastnické právo k ní, a kupující se zavazuje, že věc převezme a zaplatí prodávajícímu kupní cenu.“* (Občanský zákoník, 2012)

Kupní smlouva je pravděpodobně jedním z nejběžnějších smluvních typů. Tento smluvní typ má také řadu speciálních pododdílů dle konkrétního předmětu závazku, ať už se jedná o koupi věcí movitých, nemovitých, koupi zboží v obchodě, nebo koupi závodu.

Specifickým institutem je záruka za jakost, která je odlišným institutem od práv z vad, kdy záruku za jakost poskytuje jedna ze smluvních stran dobrovolně, zcela ze své vůle a to na rozdíl od práv z vad, která nastupují ze zákona. Zárukou za jakost se prodávající zavazuje, že po určitou dobu bude věc způsobilá k použití pro obvyklý účel, nebo že si zachová obvyklé vlastnosti. Toto prohlášení může být také učiněno reklamou nebo uvedením na obalu, tak jak je uvedeno v ust. § 2113 Občanského zákoníku. Pokud si následně předmět koupě nezachová proklamované vlastnosti, může se kupující strana domáhat práv v záruce za jakost uvedených.

V druhém pododdílu, tedy v § 2085 a násl. je pojednáno o koupi movité věci, ve vztahu k tomuto druhu věcí, je zde úprava práv z vad a reklamace taková, jak již bylo naznačeno výše v kapitole 2.5). Nyní se zaměřím na specifickou úpravu prodeje zboží v obchodě, neboť z pohledu řady podnikatelů bude tento režim režimem nejběžnějším. Jedná se o situaci, kdy je prodávajícím podnikatel při jeho podnikatelské činnosti, ledaže je kupujícím také podnikatel a při uzavření smlouvy je z okolností zřejmé, že se koupě týká jeho podnikatelské činnosti, tak jak je uvedeno v ust. § 2158 Občanského zákoníku.

Z uvedeného vyplývá, že prodávajícím musí být vždy podnikatel, avšak kupujícím nemusí být ve všech případech spotřebitel, jak by se na první pohled mohlo zdát, naopak se může v pozici kupujícího ocitnout i podnikatel, u kterého však při uzavírání smlouvy nebude zřejmé, že se koupě týká jeho podnikatelské činnosti. V takové situaci pak požívá práv v tomto pododdíle stejně jako spotřebitel (Švestka, Dvořák, Fiala, 2014) shodně (Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2017).

K určení kdo je považován za spotřebitele a kdo za podnikatele toliko následující citace.

*„Spotřebitelem je každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná.”* (Tintěra, Podrazil, Petr, 2016, s. 220)

*„Podnikatelem je potom ten, kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku.”* (Tintěra, Podrazil, Petr, 2016, s. 221)

Situaci lze demonstrovat na příkladu, kdy jednatel (ředitel, nadřízený pracovník) společnosti vyšle zaměstnance do obchodu s hutním materiálem, aby pro podnikatelské účely předmětné společnosti tento zaměstnanec pořídil chybějící kovové součástky pro montáž kotle na tuhá paliva (dvě kovové dvoumetrové trubky). Prodávající a zaměstnanec uzavřou ústní kupní smlouvu, je zaplacená kupní cena a zaměstnanec si odnáší dvě trubky. Prodávající se však zaměstnance nikterak nedotazoval, za jakým účelem pořizuje předmětné trubky, resp. zda náhodou nekupuje tento materiál „na firmu” a tato skutečnost nebyla ani nikterak zaznamenána do příslušných účetních dokladů. V konečném výsledku se tak ryze podnikající subjekt, který chtěl využít předmětné trubky do své podnikatelské výroby, může z důvodu laxnosti prodávajícího, ocitnout v pozici výrazně chráněnější.

U prodeje zboží v obchodě je posílena pozice kupujícího, jak vysvětlím níže. Obezřetný podnikatel by se tak měl tedy pečlivě pokusit zjistit, za jakým účelem je kupní smlouva uzavírána, resp. v čí prospěch, neboť by tímto svým jednáním mohl odhalit případné podnikatele, kteří uzavírají kupní smlouvu při své podnikatelské činnosti, avšak na první pohled a bez dotazu, by toto z okolností nemuselo být seznatelné (tak jak bylo na příkladu demonstrováno výše). Takto obezřetně se chovající podnikatel by mohl v řadě uzavřených smluv velmi posílit své postavení v případě reklamace zboží, neboť při prodeji zboží v obchodě, jak jsem již uvedl, je posílena pozice kupujícího a tímto svým dotazem, resp. prověřením, by mohl řadu kupujících z této více chráněné množiny zákazníků vyloučit.



Větší ochrana kupujícího se zde projevuje především v ust. § 2161 odst. 2 OZ kde je stanoveno, že v případě, že se vada vyskytne v době šesti měsíců od převzetí od prodávajícího, tak se má za to, že věc byla vadná již při převzetí. Dochází zde tedy k přenesení důkazního břemene na prodávajícího v tom smyslu, že musí prokazovat, že věc byla při prodeji v pořádku, a naopak kupující nemusí prokazovat, že zde tato vada byla již při prodeji.

Dále v Pododdíle upravujícím prodej zboží v obchodě je i speciální úprava práv z vad v ust. § 2165 OZ, ve kterém se praví, že kupující může vadu vytknout v době 24 měsíců od převzetí, pokud se jedná o vadu na spotřebním zboží. Což je také úprava značně odlišná od režimu obecné koupě, kde je stanoveno v ust. § 2112 OZ, že kupující musí, až na určité výjimky, vytknout vadu bez zbytečného odkladu poté, co ji mohl při včasné prohlídce a dostatečné péči zjistit. I zde jde tedy postavení kupujícího v případě prodeje zboží v obchodě značně výhodnější.

Je tedy nájisto postaveno, že v případě režimu prodeje zboží v obchodě se může vada například vyskytnout na předmětném zboží po 13 měsících od převzetí zboží a kupující může klidně vyčkat při uplatňování této vady u kupujícího další měsíc, nebo i déle a nemůže mu být toto jednání nikterak kladeno k tíži. Naopak v režimu mimo prodej zboží v obchodě, tedy v režimu obecné kupní smlouvy u věcí movitých, je nutno bez zbytečného odkladu vyskytnuvší se vadu vytknout a v případě, že tak nebude učiněno, tak bude kupující strana postižena ve smyslu krácení svých práv v průběhu reklamace, tak jak bylo popsáno výše.

Jako další důvod pro obezřetnost podnikatele, jak bylo naznačeno výše, bych uvedl také to, že byť jsou při prodeji zboží v obchodě upraveny práva poškozené strany explicitně v ust. § 2169, kdy je zde možnost odstoupení od smlouvy stanovena jako možnost subsidiární, tak v komentářové literatuře (Švestka, Dvořák, Fiala, 2014) je dovozeno, že se kupující může domáhat odstoupení od smlouvy nikoliv jen v případě, že nelze záležitost vyřešit způsoby, jak předvídá věta první ust. § 2169 odst. 1 OZ, ale přímo, a to za předpokladu, že došlo k podstatnému porušení smlouvy ze strany prodávajícího, tak jak předvídá ust. § 2002 ve spojení s ust. § 2106 OZ. V intencích ust. § 2170 OZ nemůže dojít k přiznání práv z vad v situaci, kdy kupující věděl, že věc má vadu, nebo pokud kupující vadu sám způsobil. Toto jsou například situace, kdy kupující s věcí zacházel v rozporu

s přiloženým návodem k použití, nebo manuálem k obsluze zařízení a z tohoto důvodu vznikla na věci vada.

Z výše uvedeného bych proto podnikajícím subjektům doporučil, aby při prodeji zboží v obchodě bylo postupováno maximálně obezřetně, tak aby mohlo dojít k případnému odhalení tzv. skrytých podnikatelů, u kterých by jen nebylo očividné, že jednají v rámci své podnikatelské činnosti a z tohoto důvodu by požívali větší míry ochrany vůči prodávajícímu podnikateli.

Na svou obranu mohou podnikající subjekty v případě prodeje zboží v obchodě využít například ust. § 2167 OZ, který stanoví, že práva z vad není možno uplatnit:

- a) u věci prodávané za nižší cenu na vadu, pro kterou byla nižší cena ujednána,
- b) na opotřebení věci způsobené jejím obvyklým užíváním,
- c) u použité věci na vadu odpovídající míře používání nebo opotřebení, kterou věc měla při převzetí kupujícím, nebo
- d) vyplývá-li to z povahy věci.

Jako velmi zajímavé se mi jeví ust. § 19 odst. 3 Zák. o ochraně spotřebitele, ve kterém je stanoveno, že pokud je reklamační řízení delší než třicet dní a strany se nedohodnou na prodloužení této lhůty, pak nedodržení této lhůty ze strany prodávajícího je považováno za podstatné porušení smlouvy dle ust. § 2002 OZ se všemi důsledky, byť reklamovaná vada byla například jen marginální a původně v režimu nepodstatného porušení smlouvy.

Podnikatel tak musí mít zajištěn rychlý a efektivní proces vyřizování podaných reklamací, neboť v případě zdlouhavých reklamačních procedur, by se vystavoval riziku zhoršení svého postavení v případech reklamací, neboť by bylo jakékoliv vadné plnění považováno za podstatné porušení smlouvy.

### **2.6.2 Dílo**

V ust. § 2586 Občanského zákoníku se praví:

*„Smlouvou o dílo se zhotovitel zavazuje provést na svůj náklad a nebezpečí pro objednatele dílo a objednatel se zavazuje dílo převzít a zaplatit cenu. ”*

U kupní smlouvy jako takové bude předmětem závazku zpravidla dodání určité věci určitých kvalit, zatímco u smlouvy o dílo bude předmětem závazku provedení

určité činnosti, která vyústí v určitý ocenitelný výsledek. Příkladem se tedy bude jednat o určité opravy, úpravy věcí nebo stavby. Velice často se tedy v intencích tohoto smluvního typu pohybují například různí řemeslníci apod.

U toho smluvního typu se u práv z vad obecně postupuje s ohledem na ust. § 2615 odst. 2 OZ, obdobně jako u ustanovení o právech z vad a záruky za jakost u kupní smlouvy.

Poukázal bych zde však na speciální úpravu u vady stavby, kdy je zde v ust. § 2630 odst. 2 OZ stanoveno, že zhotovitel díla nebude odpovědný za vady díla, pokud prokáže, že vady na díle způsobila jen vada ve stavební dokumentaci, dodané osobou, kterou si objednatel zvolil, nebo jen selhání dozoru nad stavbou vykonávaného osobou, kterou si objednatel zvolil sám. Jsou zde tedy pro zhotovitele určité možnosti liberace za vady, za které by jinak odpovídal sám.

Pro praktické využití, by tedy z pohledu zhotovitele stavby bylo vhodné, za situace, že stavební dokumentaci nebo dozor nad stavbou bude zabezpečovat osoba, která bude vybrána objednatelem, aby si nechal tyto skutečnosti sdělit písemnou formou tak, aby v případném sporu mohl tyto skutečnosti prokazatelně doložit a vyhnout se tak odpovědnosti za vady takto vzniklé.

Dále v situaci, kdy bylo zjevně plněno vadně, je dle ust. § 2630 odst. 1 společně se zhotovitelem zavázán v určitých situacích i poddodavatel, osoba, která dodala stavební dokumentaci a osoba, která prováděla dozor nad stavbou. Pokud tedy bude zhotovitel díla nucen přijmout odpovědnost za vady na předmětném díle, je možno rozdělit tuto dodatečnou zátěž na další subjekty, které se na realizaci díla určitým způsobem podílely, tak, aby zhotovitel nenesl veškeré dodatečné náklady sám. Zhotovitel vědom znalý této problematiky, tak může do značné míry rozložit rizika vzniknuvší z jeho činnosti z titulu práv z vad mezi sebe a třetí subjekty, které se určitým způsobem podílely na zhotovování díla.

### **2.6.3 Zájezd**

Zájezd je jakožto smluvní typ upraven v ust. § 2521 a násl. OZ. S tímto smluvním typem se budou setkávat především podnikatelé vykonávající činnost v oblasti cestovního ruchu, kdy budou nabízet například zájezdy k moři, či poznávací zájezdy apod. V ust. § 2521 OZ se praví:

(1) *Smlouvou o zájezdu se pořadatel zavazuje obstarat pro zákazníka zájezd a zákazník se zavazuje zaplatit celkovou cenu.*

(2) *Zájezdem je soubor služeb cestovního ruchu podle zákona upravujícího některé podmínky podnikání a výkon některých činností v oblasti cestovního ruchu.*

O vadách zájezdu je pojednáno v ust. § 2537 OZ a násl. Vada zájezdu je definována jako situace, kdy některá ze služeb cestovního ruchu zahrnutých do zájezdu není poskytována v souladu se smlouvou.

Obecně za službou cestovního ruchu může být považována doprava, ubytování apod. a to s ohledem na ustanovení směrnice Rady 90/314/EHS o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy, ze které čerpal český zákonodárce při vytváření národní úpravy problematiky zájezdu. Tato směrnice je pro české právní prostředí velice důležitá, neboť poskytuje vodítko, co je považováno za soubor služeb cestovního ruchu, resp. co je vlastně služba cestovního ruchu jako taková. „V čl. 2 odst. 1 je definován „soubor služeb” jako předem stanovená kombinace alespoň dvou položek z výčtu zahrnujícího dopravu, ubytování a jinou službu cestovního ruchu, pokud není jen doplňkem dopravy nebo ubytování a pokud tvoří významnou část souboru služeb.” (Švestka, Dvořák, Fiala, 2014, s. 2)

Za vadu tedy může být považována situace, kdy pořadatel neplní své smluvené povinnosti a zájezd tak nemá ujednané vlastnosti. „Vlastností mohou vyplývat buď z výslovného ujištění (např. i v katalogu či na webu pořadatele), či z výslovného ujednání ve smlouvě, příp. mohou vyplývat ze zvyklostí. Pokud např. katalog obsahuje informaci, že u hotelu je „krásná pozvolná písčitá pláž” a není tomu tak, tj. jde o skaliska, kamenitou pláž apod., lze mít za to, že předmět plnění neodpovídá ujištění, které spotřebitel obdržel z katalogu či popisu služby na internetu.” (Hulmák a kol., 2014, s. 968)

Po zjištění vady má zákazník povinnost vytknout vadu bez zbytečného odkladu pořadateli (ust. § 2537 OZ) a současně určit pořadateli přiměřenou lhůtu k odstranění vady. Pořadatel má následně povinnost v přiměřené lhůtě vadu pokud možno odstranit, ledaže to nebude možné, nebo bude odstranění vady vyžadovat zjevně nepřiměřené náklady v poměru k vytknuté vadě.

Za situace, kdy vada zájezdu bude mít podstatný charakter, tedy nebude se jednat o pouhé drobné nedostatky zájezdu a pořadatel v přiměřené lhůtě nebude

schopen nebo ochoten zjednat nápravu ve prospěch zákazníka, má tento zákazník následně právo na dopravu zpět na místo odjezdu, nebo na jiné smluvně ujednané místo a to vše na náklady pořadatele zájezdu. Pokud se budeme pohybovat v intencích vady nepodstatné, tak i za této situace disponuje zákazník právem na požadování nápravy daného stavu vůči pořadateli. (Hulmák a kol., 2014)

Z pohledu judikatury je pro nás přínosné i rozhodnutí Supreme Court of the Republic of Lithuania, ze dne 10. 5. 2010, sp. zn. 3K-3-201/2010, neboť z důvodu komunitarizace práva v evropském prostoru byla u do Litevského práva obdobně jako do českého práva promítnuta úprava směrnice 90/314/EHS, o které bylo pojednáno výše. V tomto, i u nás teoreticky aplikovatelného rozhodnutí, se praví, že za podstatné porušení cestovní smlouvy může být považována i situace, kdy poskytovatel zájezdu nesdělí zákazníkovi veškeré povinné a podstatné informace, týkající se například kvality ubytování v cílové destinaci a to v době před odjezdem do této destinace. Toto rozhodnutí reaguje na situace, kdy kvalita ubytovacích služeb napříč Evropou může být značně odlišná, neboť tříhvězdičkový hotel v Řecku bude mít zpravidla jinou kvalitu služeb než hotel se stejným počtem hvězdiček situovaný například ve Švýcarsku. V případě takového pochybení poskytovatelem zájezdu vzniká následně povinnost poskytovateli zájezdu uhradit zákazníkovi náhradu nákladů, které mu vznikly v důsledku změny hotelu na očekávaný standard. Dále je možno po poskytovateli zájezdu dokonce možné požadovat náhradu imateriální újmy, která mu vznikla v důsledku těchto nepříjemností.

V ust. § 2542 OZ je pojednáno o případě, kdy dojde zákazníkem k vytknutí vady zájezdu zcela řádně, avšak pořadatel vadu neodstraní. V takové případě, má zákazník právo na náhradu škody dle ust. § 2542 odst. 2 OZ. Vedle této náhrady škody je však také zákazník po pořadateli dle ust. § 2543 dále žádat také náhradu za újmu za narušení dovolené, a to především v situacích, kdy byl zájezd zmařen nebo podstatně zkrácen. Uplatnění náhrady škody, tak jak bylo popsáno výše, tedy nezabavuje zákazníka oprávnění žádat taktéž náhradu újmy za zmaření nebo podstatné zkrácení zájezdu.

S ohledem na výše uvedené lze konstatovat, že problematika „reklamáce“ zájezdu je u tohoto institutu opět odlišně uchopena, než jak bylo pojednáno v předešlých kapitolách této práce u jiných smluvních typů obsažených v Občanském zákoníku a zákazník tedy v konečném důsledku disponuje jinou sumou práv.

## 2.6.4 Nájem

S nájmem, resp. s nájemní smlouvou se mohou podnikatelé setkat při pronajímání věcí movitých (stroje, nářadí) či nemovitých (byty, domy). Je třeba však důsledně rozlišovat v jaké „podmnožině“ nájemní smlouvy bude smluvní vztah realizován, neboť Občanský zákoník odlišuje řadu situací, při kterých dochází k uzavírání nájemní smlouvy a z těchto okolností zakotvuje odlišnou sumu práv a povinností pro zavázané subjekty.

Je zde tedy úprava pojednávající o tzv. obecném nájmu věcí (ust. § 2201 OZ a násl.), nájmu domu nebo bytu (ust. § 2235 OZ a násl.), nájem prostor sloužících podnikán (ust. § 2302 OZ a násl.), podnikatelský pronájem věcí movitých (ust. § 2316 OZ a násl.) a v neposlední řadě nájem dopravního prostředku (ust. § 2321 OZ a násl.).

V intencích nájmu jako takového však nehovoříme o právech z vad, resp. o reklamacích v ryzí podobě, jako je tomu například u smlouvy kupní. Pokud se zde skutečně vyskytne určitá „vada“ na předmětu nájmu, důsledkem bývá zpravidla možnost ukončit závazek jako takový (při závažné vadě), případně požadovat slevu z nájemného, tak jak je stanoveno u obecného nájmu v ust. § 2208 OZ. Obdobně u nájmu bytu nebo domu v ust. § 2266 OZ: *„Neodstraní-li pronajímatel poškození nebo vadu ani v dodatečné lhůtě a poškození nebo vada byly způsobeny okolnostmi, za které nájemce neodpovídá, má nájemce právo vypovědět nájem bez výpovědní doby...”* Neprobíhá zde však reklamační řízení, nebo proces, jako tomu může být u jiných institutů obsažených v Občanském zákoníku.

## 2.6.5 Směna

Se směnou, jakožto typizovaným smluvním typem, se setkáváme v podnikatelském prostředí spíše v rámci méně formálních vztahů. Zpravidla se bude jednat o smlouvy uzavírané ústně při výměně věcí mezi určitými subjekty.

V Občanském zákoníku je tento smluvní typ zakotven v ust. § 2184:

*„Směnnou smlouvou se každá ze stran zavazuje převést druhé straně vlastnické právo k věci výměnou za závazek druhé strany převést vlastnické právo k jiné věci.”*

S ohledem na ust. § 2188 OZ se na směnnou smlouvu přiměřeně aplikují ustanovení o kupní smlouvě, tedy i problematika práv z vad, tedy bude řešena

obdobným způsobem, jako je tomu u kupní smlouvy. Je však nutno zohlednit určité odlišnosti směnné smlouvy od smlouvy kupní.

*„V případě vady věci nelze využít veškerou úpravu týkající se odpovědnosti za vady u kupní smlouvy. V zásadě lze v případě vad využít možnost opravy nebo odstoupení od smlouvy. Z povahy věci nelze využít možnost dodatečného plnění. Přejímající v zásadě nemůže požadovat ani slevu z kupní ceny, lze však uvažovat o tom, že by přejímající požadoval doplatek v penězích, který by reflektoval snížení hodnoty věci v důsledku vady.”* (Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2017)

## **3 Dopady reklamace na ekonomiku podniku a dobrou pověst podnikatele**

### **3.1 Účetní rovina**

Dalším dopadem reklamací na chod podniku je zvýšená administrativní zátěž z pohledu účetního, neboť o všech těchto skutečnostech s reklamacemi spojenými by mělo být řádně účtováno. V souvislosti s řešením reklamací tedy imanentně vyvstává i otázka, jak o těchto situacích fakticky účtovat, neboť s ohledem na povinnost subjektů vést účetnictví řádně a pravdivě je nutné učinit patřičné úkony.

V obecné rovině „*jsou účetní jednotky povinny vést účetnictví: úplně, průkazným způsobem, pravdivě, správně, srozumitelně, přehledně a způsobem zaručujícím trvalost účetních záznamů*” (Bellová, Zlámal, 2013, s. 54) Optikou tohoto limitu je k dané problematice přistupovat.

Na konkrétním případě může být demonstrován dopad reklamace na vedení účetnictví v podniku, resp. jakým způsobem má být problematika reklamace účetně podchycena. V modelovém případě bude subjekt A dodavatelem materiálu subjektu B, který bude jakožto smluvní odběratel tento materiál odebírat. Na materiálu se však vyskytly podstatné vady, které znemožňují užití tohoto materiálu při další výrobě komponent subjektu B. Nároky z těchto vad odběratel uplatnil řádně u dodavatele.

O reklamačním nároku bude účtováno při jeho zjištění jako o pohledávce za dodavatelem (cena bez daně), konkrétně na účtu 315 – Ostatní pohledávky, (účtovací předpis 315/111, resp. 112)

Předmětný reklamační nárok však může být dodavatelem zcela akceptován, nebo naopak zamítnut. Nezohledňujeme nyní rovinu oprávněnosti nároku jako takového, pouze fakticky modelujeme případné možné vyústění celé situace.

#### **3.1.1 Účtování uznané reklamace**

Dodavatel v případě uznání reklamace zasílá odběrateli dobropis na reklamovanou částku. Z tohoto účetního dokladu by mělo být zjistitelné, kdo je dodavatel, kdo je odběratel, dále by nemělo absentovat explicitní vyjádření peněžité částky, o kterou se jedná, datum vyhotovení účetního dokladu apod. (Bellová, Zlámal, 2013). Tento dobropis je opravným daňovým dokladem a z tohoto důvodu se musí vzít v potaz DPH z předmětné reklamované částky jako snížení odpočtu daně na vstupu



vůči finančnímu úřadu (Štohl, 2016). Následuje způsob účtování, jak uvádí (Štohl, 2016):

Dobropis – opravný daňový doklad

cena bez daně	-315	
DPH	-343	
cena s daní		-321

Náhrada předmětné částky dodavatelem formou náhradní dodávky

111 (112)	315
-----------	-----

### 3.1.2 Účtování neuznané reklamace

Pokud dojde k neuznání reklamace, tak je následně účtováno takto:

Předmětná částka se zaúčtuje jako škoda	549	315
---	-----	-----

### 3.1.3 Neúčtování o reklamačním nároku

V reálné praxi je však možno vysledovat situace, kdy subjekty o reklamacích vůbec neúčtují. Často se tedy postupuje následovně (Štohl, 2016):

1) Reklamační nárok vůči dodavateli		neúčtuje se
2) Dodavatel poskytl slevu z ceny a zaslal dobropis		
- cena bez daně	-111	-321
- DPH	-343	-321
3) Reklamace řešena formou náhradní dodávky	112	111
4) Neuznaná reklamace	549	111

### 3.2 Ekonomické a jiné dopady reklamací na podnik

V této kapitole bude pojednáno o vybraných možných dopadech reklamací na podnik. Kromě níže podrobněji rozebraných dopadů můžeme hovořit také o dopadech ve smyslu odlivu stávajících či potencionálních zákazníků/klientů, kteří z důvodů špatných referencí budou upřednostňovat jiné výrobce i za situace, že tito nebudou nabízet dokonale substituční produkt.

Špatná pověst podniku v globále může vést také ke ztrátě atraktivity jakožto potencionálního zaměstnavatele, neboť fyzické osoby nebudou chtít pracovat pro společnost se špatným společenským renomé, kdy s ohledem na rekordně nízkou nezaměstnanost, by takovýto podnikající subjekt mohl mít teoreticky značné problémy zajistit si dostatek kvalifikovaných pracovníků.

Zmíněny mohou být také čistě právní hrozby, a to v souvislosti s možností prohrání soudních sporů se zákazníky, které se mohou vést v návaznosti na reklamace a způsob vyřízení těchto reklamací. V důsledku těchto teoretických proher, které budou zpravidla způsobeny špatným přístupem podnikajícího subjektu k vyřizování reklamací, např. z důvodu nedostatečného proškolení zaměstnanců, budou podnikajícímu subjektu vznikat náklady na právní zastoupení před soudy a dále budou zpravidla protistranou požadovány úroky z prodlení z dlužné částky a náklady na její právní zastoupení v případě prohraného sporu podnikajícím subjektem.

Specifickým dopadem reklamací může být také zvýšení kurzového rizika pro podnikající subjekt. Může například nastat situace, kdy výrobní podnik bude objednávat materiál potřebný pro výrobu komponentů v eurech, tento materiál následně obrobí a prodá jakožto subdodavatel dalšímu podniku v českých korunách. V zákonných lhůtách a zcela řádně dojde následně k reklamaci dodaných komponentů odběratelem (z důvodu špatného obrobení) a tento bude za původních ujednaných cen požadovat dodání chybějících (vyreklamovaných) komponentů. Subdodavatel však již v mezidobí musel z důvodu nedostatku materiálu objednat další materiál, avšak v mezidobí došlo k oslabení české koruny vůči euru a v důsledku tohoto kurzovního posunu se zdrazí materiálový vstup subdodavatele, který však nemůže promítnout toto zvýšení do ceny komponentů pro odběratele, neboť pouze dodává vrácené a vyreklamované komponenty. V této modelové situaci, tak bude nést ztrátu z tohoto výkyvu vzniklou právě subdodavatel, a to v plném rozsahu. Situace může dopadnout i naprosto obráceně a subdodavatel může na celé záležitosti adekvátně

vydělat, avšak míra pravděpodobnosti tohoto bonusu s možností dodatečného výnosu z titulu posílení české koruny je procentuálně shodná jako u obdobného rizika. Odpovědný podnikatel by však neměl spoléhat na náhodu a měl by se i toto riziko snažit pokud možno eliminovat.

Dalším příkladem hypotetického vyústění reklamace může být situace, kdy zákazník oprávněně odstoupí od smlouvy a podnikateli se tedy vrátí již použitý výrobek, který z důvodu nemožnosti opětovně uvést na trh bude muset být určitým způsobem zlikvidován. V řadě případů toto nemusí být velkým tématem, avšak za situace, kdy bude výrobek například obsahovat složky, které musí být, dle platné právní úpravy, ekologicky likvidovány, se najednou situace diametrálně liší, neboť z tohoto důvodu mohou podnikateli vznikat značné vícenáklady s touto ekologickou likvidací imanentně spojené.

Jen zmíněna může být problematika, kdy prodaný výrobek vstoupí účetně do příjmů a výnosů podniku, následně dojde ke zdanění zisku za účetní období, který byl vytvořen i s přispěním předmětného výrobku. V dalším účetním období je však výrobek vyreklamován a je odstoupeno od smlouvy a kupní cena je vrácena zákazníkovi. V případě neřešení této situace podnikatelem, tedy dojde k odvedení větší daně, než bylo potřeba.

### **3.2.1 Logistické dopady**

Výskyt častých reklamací bude mít na podnik bezesporu dopady i v logistické rovině a to především v rovině tzv. vnitřní logistické efektivity, neboť v rámci této efektivity jsou posuzovány klady a zápory fungování logistických procesů uvnitř konkrétní jedné společnosti (Macurová, Klabusayová, Tvrdoň, 2018).

V klasickém fungujícím výrobním podniku, bude zpravidla docházet ke snaze efektivně řídit vnitřní logistické toky. Například bude docházet k optimalizaci výrobních dávek, hledání optima při rozhodování o distribučních kanálech, tedy při rozhodování o velikosti skladových zásob a o velikosti dodávek odběratelům, tak aby došlo v co největší míře k stlačení nákladovosti celého systému (Macurová, Klabusayová, Tvrdoň, 2018).

V případě, že tento systém nebude imunní vůči určitým výkyvům (způsobených např. reklamami), tak bude docházet k nárůstu nákladů na udržování těchto

logistických toků a v konečném důsledku tato situace povede k snižování rentability kapitálu vloženého do podniku.

### 3.2.1.1 Optimální výrobní a jiné dávky

Při řešení logistických problémů je jednou z velice důležitých agend správné odhadování, resp. stanovování výpočtem, adekvátních a logisticky nejvýhodnějších velikostí dávek, tedy dávek, které při zachování určitého standardu logistických služeb budou co nejméně zatěžovat podnik z hlediska nákladů.

V obecné rovině tedy dochází k bilancování mezi dávkami malými a velkými, ať už při výrobě samotné, nebo při přepravě hotových výrobků, polotovarů nebo zboží dalším subjektům, ať už vnitropodnikovým nebo externím.

*„Malé dávky vedou k častému seřizování, objednávání, k větší frekvenci manipulace a evidence, avšak je s nimi spojena celkově nižší rozpracovanost, kratší průběžná doba a vyšší flexibilita.”* (Macurová, Klabusayová, Tvrdon, 2018, s. 76)

*„Velké dávky sice umožňují jednodušší řízení, menší výskyt seřizování a nastavování, lepší využití kapacit a dosažení množstevních slev při nákupu, avšak vedou k vyšším průměrným zásobám, k delší průběžné době<sup>1</sup>, pomalé reakci na změny požadavků zákazníků, oddálení okamžiku zjištění neshod apod. To je neúnosné zvláště tam, kde jsou do dávek sdružovány různé zakázky, přijaté v různých okamžicích a čekající na zaplnění kapacity.”* (Macurová, Klabusayová, Tvrdon, 2018, s. 77)

Nejběžnější přístupy pro stanovování výrobních dávek jsou tedy dle tzv. kritéria minimální velikosti dávky, nebo případně dle tzv. kritéria optimální velikosti dávky (*Economic Order Quantity – EOQ*). Kdy v prvním případě se primárně zohledňuje maximální možné využití kapacit jako takových, je zde snaha vytvářet co největší dávky tak, aby docházelo k minimalizaci nastavovacích a seřizovacích časů. V případě druhého přístupu je však filosofie odlišná, neboť se primárně zohledňují celkové náklady ovlivněné velikostí dávky, tedy aby došlo k co možná největší redukci těchto

---

<sup>1</sup> Lze rozlišovat průběžnou dobu vnímanou zákazníkem a tzv. logistickou průběžnou dobu. Prvně jmenovaná představuje dobu od vznesení požadavku zákazníkem na dodání výrobku nebo produktu až po jeho finální předání. Zatímco druhá uvedená představuje delší časový úsek, tedy dobu, která zahrnuje i fáze předcházející vytvoření zásoby v bodě rozpojení a zahrnuje taktéž dobu skladování v bodě rozpojení. (Macurová, Klabusayová, Tvrdon, 2018).

nákladů, bez ohledu na možné využití kapacit (Macurová, Klabusayová, Tvrdon, 2018).

K následnému stanovení optimální velikosti dávky pro podnik nebo pro středisko dochází komparací těchto dvou dávek, a to s ohledem, které kritérium je pro podnik při rozhodování důležitější, tedy zda je kladen důraz na maximalizaci využití disponibilních kapacit, nebo naopak na minimalizaci celkových nákladů.

Konkrétní přímé dopady reklamací mohou být tedy toho rázu, že vypočtená optimální výrobní dávka bude například 100 kusů artiklu, při stanovené pojistné zásobě 10 kusů tohoto artiklu. V důsledku řady reklamací a nedostatku volné výrobní kapacity, dojde postupně k vyčerpání pojistné zásoby, neboť odběratelé budou například oprávněně požadovat výměnu artiklů za artikly nové. Následně nebude výrobce schopen vyrábět artikly v optimálních dávkách, neboť bude nucen zmenšovat tuto výrobní dávku z důvodu včasného uspokojování objednávek zákazníků např. ze 100 kusů na 20 kusů. Důsledkem častých a opakovaných reklamací může být tedy následně nemožnost adekvátně doplnit skladové pojistné zásoby a navrátit výrobní dávku do optimálního množství, což vyústí v pokles efektivity výroby jako takové, neboť na každý vyrobený artikl budou neúnosně narůstat náklady z důvodu větších seřizovacích časů strojního vybavení, většího přípravného času a času zakončení apod.

Dále se rozložení systému optimálních množství může projevit v nárůstu nákladů na dopravu, kdy nebudou artikly dopravovány v neoptimálnějším množství, ale například jen v množství reklamovaného zboží, které budou odběratelé urgentně požadovat a z tohoto důvodu budou neúměrně narůstat také náklady na dopravu těchto artiklů k odběratelům.

Neúměrné množství reklamací, tak svým způsobem může způsobit i následující problémy: účtování penále za opožděné dodávky, náklady na přesčasovou práci (při nutné nadvýrobě chybějících komponent z důvodu reklamace), náklady na manipulaci a dopravu dodatečných dávek, ušlé nákupní slevy při mimořádném shánění materiálu, náklady při přerušení výroby při nedostatku materiálu, náklady na evidování částečně splněných dodávek apod. (Macurová, Klabusayová, Tvrdon, 2018).

### 3.2.2 Zdražování financování cizím kapitálem

Dalším možným důsledkem by mohlo být oslabování důvěry vlastníků/akcionářů v podnik jako takový a v konečném důsledku by tato ztráta důvěry mohla vést v pokles hodnoty podniku, tak jako tomu bylo například v případě Dieselgate<sup>2</sup>, kdy po zjištění těchto vad na výrobcích (zde na automobilech) a následných reklamách a soudních sporech, došlo k výraznému poklesu hodnoty společnosti jako takové. V důsledku takového poklesu by mohlo dojít k zdražení financování podniku cizím kapitálem, neboť investování do takového podniku by se mohlo jevit jakožto více rizikové. V důsledku nárůstu takového rizika, by docházelo nejspíš k růstu úroků požadovaných věřiteli, za zapůjčení kapitálu k podnikání.

Graf ukazuje pokles ceny akcií Volkswagenu v průběhu září 2015, tedy po vypuknutí aféry Dieselgate, kdy bylo zjištěno, že automobily koncernu nejspíš trpí záměrnou výrobní vadou. Která bude zákazníky ve velké míře nejspíš reklamována.



Graf 3.2.2 Vývoj ceny akcií společnosti Volkswagen, zdroj: Novinky.cz, 2015, vlastní úprava

### 3.2.3 Nahrazení konkurenčním substitučním produktem

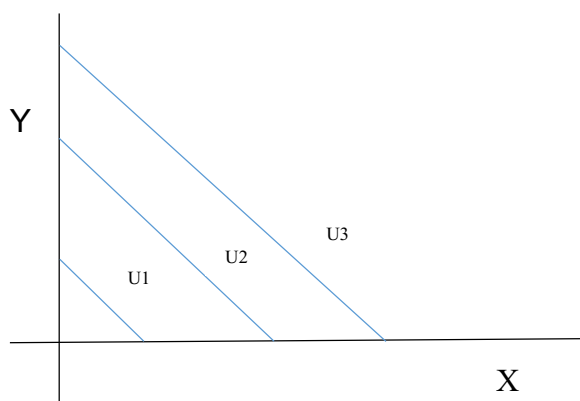
Za situace, kdy na trhu konkrétního výrobku nebo produktu bude dostatek substitučních produktů/výrobků, tak může dojít k odlivu zákazníků od výrobce/prodejce velice snadno. Odliv od výrobce, který má například všeobecně špatné zákaznické reference, ať už se bude jednat o množství vad vyskytujících se na výrobcích, nebo z důvodu neochoty promptně a ke spokojenosti zákazníků předmětné reklamace řešit,

<sup>2</sup> Koncern Volkswagen zřejmě úmyslně manipuloval s řídícími jednotkami vozů jím uváděných na trh, tak aby vyhovovaly homologizačním kritériím, avšak v reálném provozu byly tyto limity automobily koncernu překračovány. Jednalo by se tedy hypoteticky o vady v právním slova smyslu, neboť by předmětné výrobky nesplňovaly zákonné předpoklady k provozu na pozemních komunikacích a o porušovaly by též smlouvu s kupujícím uzavřenou.

může být v těchto případech téměř okamžitý a skokový. Subjekty podnikající a nabízející dokonale nebo téměř dokonale substituční výrobky nebo služby, by tedy měly být ve zvýšené míře opatrní, tak aby z důvodu laxního přístupu při vyřizování reklamací nemohlo dojít k nastíněným dopadům. Taktéž by měly ve zvýšené míře zavádět vnitropodnikové procesy k minimalizaci vad vyskytujících se na jejich výrobcích.

Příkladem dokonalého substitutu může být výrobce kuličkových per, kdy zákazníkovi bude téměř jedno, zda si koupí pero od společnosti A, která vyrábí pera zásadně v světle modré barvě, nebo od společnosti B, která uvádí na trh jen pera rudé barvy, za situace, kdy tato pera mají jinak uživatelsky totožné vlastnosti.

*„Existují případy, kdy statky X a Y jsou dokonale vzájemně nahraditelné, jsou to dokonalé substituty. Poměr, v němž je spotřebitel ochoten takovéto statky nahrazovat, neboli MRSc, je konstantní a indifferenční křivky jsou přímkami.“* (Hořejší, Soukupová, Macáková, Soukup, 2010, s. 61)



Graf 3.2.3 Dokonalé substituty graficky, zdroj: (Hořejší, Soukupová, Macáková, Soukup, 2010, s. 61), vlastní úprava

### 3.2 Preventivní vnitropodnikové procesy

*„Jakost výrobku je v marketingové koncepci pojetí managementu daná plněním funkcí, které od výrobku očekává uživatel. Jakost tedy nelze chápat jen jako zajišťování technické kvality parametrů. Na komplexním řízení jakosti se podílejí všechny složky podnikového managementu i všechny útvary hlavních i vedlejších podnikových činností. Z hlediska problematiky řízení výroby se dotýká komplexní řízení jakosti odbytu, výroby i nákupu. Vlastní řízení výroby představuje přiblížení jakosti výroby stanoveným standardům. Předpokladem splnění tohoto úkolu je výkon všech funkcí řízení výroby a jejich provázanost na vývoj, konstrukci, technologii, logistiku, nákup, dopravu atd. V oblasti nákupu představuje komplexní řízení jakosti další rozšíření požadavků na volbu materiálu a dodavatele, které by mělo vést až k vytváření trvalých partnerských vztahů mezi dodavatelem a odběratelem.” (Tomek, Vávrová, 2000, s. 341).*

Z výše citovaného vyplývá, že problematice prevence vůči vadám, resp. na řízení jakosti se svým způsobem podílí téměř veškeré vnitropodnikové útvary, z tohoto důvodu je škála možných preventivních opatření velice široká a může nabývat řady podob.

V kapitole třetí a čtvrté, této práce, bylo ve stručnosti pojednáno o vybraných možných negativních důsledcích reklamací. S ohledem na nastíněnou problematiku reklamací je evidentní, že se jedná o problematiku ekonomicky i právně poměrně obsáhlou, která zasahuje téměř do všech podnikových útvarů a která může mít reálný dopad jak na nárůst potřebné administrativní činnosti v podniku a řadu dalších činností. Větší míra reklamací může fakticky vyústit v poškození dobré pověsti podnikatele, vznik ekonomických vícenákladů, logistických problémů apod.

V zájmu předcházení všem hypotetickým problémům, by měl zodpovědný podnikatel nebo vedoucí pracovník určitým způsobem implementovat určité vnitropodnikové procesy a standardy, pomocí kterých budou tato rizika v co možná největší míře eliminována.

V následujících podkapitolách budou tedy ve stručnosti nastíněny jen některé možné preventivní kroky k eliminaci těchto důsledků.



### 3.2.1 Právní nástroje

Může se jednat o zavedení průběžných ekonomicko-právních školení stávajících zaměstnanců, kteří se podílí v podniku na řešení reklamací jako takových, neboť erudovaní zaměstnanci mohou kvalifikovaně vyhodnotit, jakým způsobem může být reklamace řádně vyřešena, a to s pokud možno nejnižšími ekonomickými dopady na podnik. Bylo by taktéž možno zavést proces vstupního školení pro nově přicházející zaměstnance, tak aby se limitovala doba, po kterou by zaměstnanec vykonával činnost, při které by přišel do kontaktu s problematikou reklamací, aniž by absolvoval řádné průběžné školení.

Dalším případným nástrojem může být na úrovni podniku zpracování vzorových reklamačních formulářů, tak aby řešení reklamací bylo na podnikové úrovni určitým způsobem standardizováno, systematicky podchyceno a opět došlo k eliminaci potencionálních problémů.

V pořádku by taktéž měla být samotná smluvní dokumentace, tedy mít na podnikové úrovni zpracované typizované vzory nejčastějších uzavíraných smluv. (Smejkal, Rais, 2003)

Velice prospěšným opatřením by mohlo být dále zpracování určitých interních dokumentů, které by určitým zjednodušeným způsobem navedly zaměstnance, jakým způsobem postupovat, pokud by ani po absolvování školení nebyli schopni daný problém správně vyřešit.

V případě větších podniků, by bylo možné taktéž hovořit o zřízení speciálního vnitropodnikového útvaru, který by se této problematice převážně věnoval. Nabízí se také možnost outsourcingu<sup>3</sup> těchto činností v podobě navázání smluvního vztahu s třetím subjektem (zpravidla určitá advokátní kancelář), která by za podnik tuto agendu vykonávala.

### 3.2.2 Ekonomicko-organizační nástroje

Jednou z podmnožin ekonomických nástrojů v boji proti reklamacím jako takovým je bezesporu předcházení výrobě zmetků, tedy výrobků majících určitou vadu, resp. neshodu s požadovanou kvalitou již po opuštění výrobního procesu.

---

<sup>3</sup> Vyčlenění a převedení některých vedlejších činností na jinou společnost na základě smluvního ujednání a to z důvodu snížení nákladů, zvýšení efektivity, nebo z důvodu koncentrace na hlavní činnost společnosti. (Stýblo, 2005)

Podnikající subjekt by se tak měl zaměřit především na precizaci technologických, kontrolních a dopravních postupů, nákup adekvátního strojního vybavení, zahrnující adekvátní nástroje, přípravky apod. a v neposlední řadě provádět kontrolu materiálů, které vstupují do výroby (Tomek, Vávrová, 2000).

Na konkrétním příkladu výrobku (kotle na tuhá paliva) bude následně demonstrováno, jakým způsobem může být přistoupeno k problematice reklamací ve smyslu minimalizace potencionálních vad na výrobku, způsobených nedostatečným standardem kvality výroby.

Ve fázi přípravy výroby může podnikající subjekt v rámci organizace odbytu zjišťovat, jaké charakteristiky a vlastnosti jsou potencionálními zákazníky na výrobek kladeny a jaké vlastnosti zpravidla považují již za vady, tak aby mohly být tyto znalosti následně přeneseny do výrobních procesů při ladění výrobku jako takového. V části organizace výroby by měly být například nastaveny plány kontrol pracovišť, strojů a dalšího vybavení, tak aby odpovídaly stanoveným požadavkům. Mělo by dojít také k řádnému proškolení pracovníků pro novou výrobu. V případě výroby určitých komponent v kooperaci s jiným subjektem, by mělo dojít k prověrkám kvality i u tohoto kooperujícího subjektu (Tomek, Vávrová, 2000).

Před samotnou výrobou produktu a uvádění jej na trh, by měly na výrobku být provedeny zátěžové testy a prověření veškerých vlastností, kterými má výrobek disponovat. Kvalita výroby by měla být testována výrobou zkušební série výrobků tak, aby na těchto kusech mohlo být dojistě zjištěno, zda jsou vyrobeny v požadované kvalitě. Měla by být také pro koncového zákazníka zpracována určitá uživatelská dokumentace spolu s návodem, jak řádně výrobek užívat, případně jakým způsobem výrobek řádně servisovat tak, aby zbytečně nedocházelo ke vznikům vad na výrobku (Tomek, Vávrová, 2000).

Jako vhodný nástroj pro kontrolu výše nadepsaných problematik na podnikové úrovni, by bylo zavedení kontroly jakosti, a to například dle norem ISO, které mohou v určitých případech podnikajícímu subjektu skýtat i určitou konkurenční výhodu vůči subjektům tímto standardem nedisponujícím. Tato konkurenční výhoda by se mohla projevit například v případě vstupních auditů pro subdodavatele větších společností, které většinou prověřují, zda subjekt ucházející se o možnost stát se subdodavatelem disponuje, či nedisponuje určitými standardizovanými certifikáty řízení jakosti a kvality.

I v případě, že by podnik takovouto výhodu pro svou činnost nepotřeboval, lze zavedení systému řízení kvality pomocí standardizovaných procesů ISO jen doporučit a to s ohledem na případný blahodárny dopad na kvalitu vnitropodnikových procesů. Samozřejmě se nyní pohybujeme v intencích řádného získání této certifikace, nikoliv v režimu pouhého naoko získání certifikátu od pochybné společnosti jen čistě z formálních pohnutek.

Jako příklady běžných ISO norem může být uveden standard ISO 9001:2015, či ISO 14001:2015 – problematika životního prostředí apod. Tyto standardy kvality jsou uznávány i v zahraničí.

ISO 9001:2015 pomáhá subjektu s nastavením určitých podnikových řídicích procesů. Smyslem a účelem zavádění je zlepšování kvality podnikových služeb či výrobků a z toho plynoucí následná spokojenost zákazníka. Konkrétně se může jednat o procesy k nastavování systému řízení rizik, popsání všech možných souvislostí. (Blecharz, 2015)

V poslední době se v čím dál větší míře začíná ve vztahu k problematice jakosti využívat tzv. 8D Report (Eight Disciplines Problem Solving, nebo 8D). Jedná se o metodu, která by měla vést ke zlepšení kvality řešení problémů a taktéž výrobních problémů jako takových. Cílem 8D Reportu je primárně eliminovat, identifikovat a případně napravit opakování určitého problému. Užívá se tedy v situacích, kdy se obdobný problém vyskytuje opakovaně. Smyslem je tedy nalezení tzv. kořenové příčiny neshod a na tuto situaci následně přijmout nápravná a preventivní opatření. (Dudek, 2014)

Jak uvádí (Dudek, 2014), tak vyplnění Reportu je následující:

8D Report v hlavičce obsahuje informace o subjektu, které report vyplňuje a dále informace o vadách reklamovaného výrobku.

V části D1 se uvádí jména osob, které budou za vyřešení těchto problémů odpovědné. Jedná se většinou o osoby z jednotlivých vnitropodnikových útvarů, které mají k danému problému určitý vztah. Co do profesního zaměření se tyto osoby zpravidla věnují problémům technologie, konstrukce, jakosti, výroby, údržby, obchodu apod., vždy dle konkrétní situace v konkrétním podniku.

Část D2 obsahuje popis problému jako takového. Tak aby byla vada reálně a objektivně popsána. Např. vzduchotěsný svár po bocích svařence kotle není vzduchotěsný.

Část D3 pojednává o okamžitých protiopatřeních, která mají provedena v nejkratší možné době, obvykle v řádu hodin, maximálně řádu jednotek dní. Jedná se o kroky jako pozastavení expedice výrobků, kontrola již vyrobených výrobků, informování dalších zákazníků o možném problému apod.

Část D4 slouží k popsání nalezené kořenové příčiny problému, který zapříčinil vznik vady. S ohledem na definování těchto kořenových příčin následuje přijímání nápravných a preventivních opatření ve vztahu k těmto příčinám.

V části D5 by měly být uváděny opatření, která mají finálně vyústit k eliminaci výskytu problému. Jedná se například o opatření k včasnému odhalování problému ještě ve fázi výroby, tedy v době než se výrobek vůbec dostane ke koncovému zákazníkovi. Jde tedy o zvyšování četnosti kontrol v průběhu procesu výroby výrobními dělníky nebo i specializovanými kontrolory. Kontrolu výrobních zařízení forem apod. V úvahu připadá i zpřísnění regulačních mezí.

Část D6 zachycuje záznamy o realizaci konkrétních jednotlivých opatření a jejich efektivnosti.

Část D7 by měla sloužit pro navrhování určitých preventivních opatření. Zpravidla se bude jednat o technologická a technická opatření mající zamezit vzniku problému. Velice vhodné je zde zohlednit výsledky z Části D4, a zohlednit veškeré možné příčiny vzniku problému, byť nemusí mít tyto na kazovost největší dopad. Za každé preventivní opatření by měla být odpovědná konkrétní osoba a dále by měl být stanoven i mezní termín realizace takového opatření. S ohledem na zavádění těchto protiopatření je nutné vycházet z ekonomické náročnosti takovýchto kroků, neboť z důvodu zavádění těchto procesů zpravidla bude docházet ke zvyšování nákladovosti výroby jako takové. V krajní situaci by mohly tyto náklady činit další výrobu nerentabilní. Je třeba vždy zohledňovat možnou maximální přípustnou mez zatížení projektu těmito opatřeními.

Část D8 slouží k vyhodnocení všech opatření, která byla stanovena, souvztažně k tomu, zda došlo k eliminaci výskytu problému, resp. vad. Pokud se kýžený výsledek

nedostavil, pak je nutno opakovat rozbor příčin a hledat nová a účinnější opatření.  
(Dudek, 2014)

## 4 Dotazníkové šetření a jeho vyhodnocení

S ohledem na nastíněnou problematiku je evidentní, že celá řada podnikajících subjektů se v průběhu výkonu své činnosti může a nejspíše bude setkávat s problematikou reklamací jako takových, stejně tomu bude i v případě běžných spotřebitelů.

V této kapitole bude pomocí dotazníkového šetření zjištěna gramotnost zaměstnanců věnujících se problematice reklamací na podnikové úrovni. Na zjištěných datech bude demonstrován případný dopad této znalosti či neznalosti na chod podniku.

Šetření proběhlo v průběhu měsíce února 2020 ve společnosti z Valašského Meziříčí, která se zabývá především výrobou kotlů na tuhá paliva a dále výrobou peletkových kotlů. Společnost v rámci aqua programu dodává zákazníkům podzemní hydranty s příslušenstvím a dále příslušenství pro železniční společnosti, především se jedná o třmeny, lanové propojky, kolejnicové kontaktní systémy, krycí ocelové výrobky a zabezpečovací zámky. Společnost se v rámci diverzifikace portfolia nabízených služeb a výrobků také věnuje dalším strojírenským činnostem, kdy pro zákazníky strojně obrábí různé hliníkové a jiné kovové profily, provádí povrchové úpravy kovů apod. Jedná se o ryze českou společnost, jejíž historie sahá do brzkých porevolučních let. Z prvopočátku se společnost věnovala převážně výrobě železniční techniky a v letech na přelomu milénia především produkci a montáži telekomunikačních sítí v tomto období, ale také začínal v podniku narůstat podíl čistě strojírenské výroby, konkrétně tedy výroby výše nadepsaných kotlů.

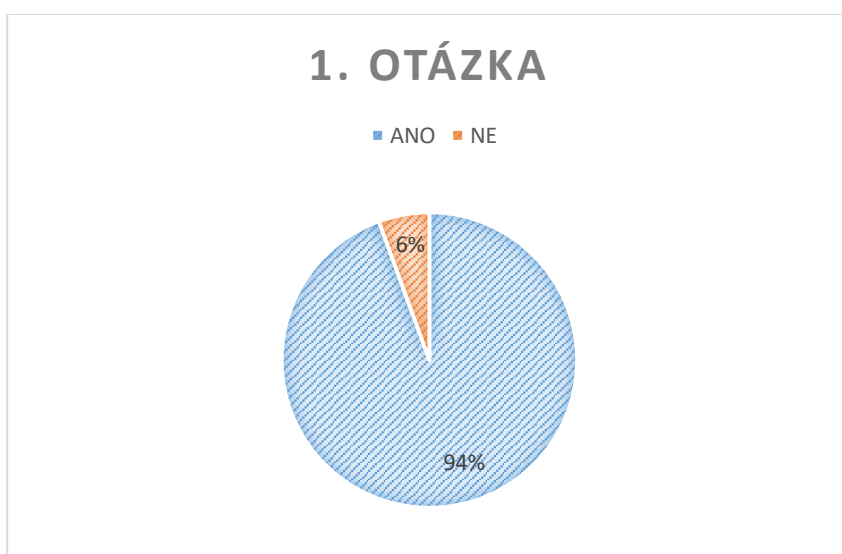
Zjištění dat proběhlo formou dotazníkového šetření. Dotazníky byly zaměstnancům předány před proběhnuvším školením, které se mělo problematice reklamací a prevenci proti ztrátám z nich vzniknuvších věnovat.

Dotazníky byly vyplněny třiceti šesti pracovníky, kteří na úrovni podniku větší či menší měrou tuto agendu řeší. Dotazován byl tak střední management společnosti, především z řad obchodního oddělení, které má tuto agendu v podniku na starosti. Dále byli dotazováni taktéž interní i externí servisní technici, kteří se zákazníky reálně ve většině případů sepisují reklamační protokoly a případně provádí konkrétní servisní úkony na topných tělesech.

Data získaná z dotazníků byla autorem ručně zpracována a převedena do grafů k lepší ilustraci získaných dat. Vzor dotazníku tvoří přílohu č. 1 této práce. Při vyhodnocení byla užitá kvantitativní metoda vyhodnocení, neboť se jedná o otázky uzavřené s jednou možnou odpovědí, kdy je tyto otázky možno přesně vyhodnotit.

Následuje tedy stručné vyhodnocení dílčích otázek a následně budou vyhodnocovány otázky v provázanostech. Veškeré grafy byly zpracovány autorem této práce v programu Microsoft Excel.

**Otázka č. 1: Věnujete ve svém profesním životě (alespoň částečně) problematice reklamací zboží, služeb apod.?**



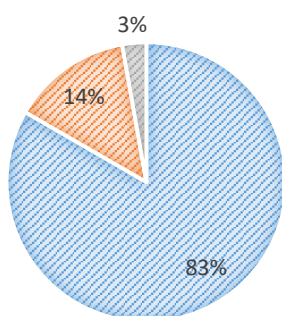
Tato otázka měla pouze doplňkový charakter, neboť vedla pouze k ujištění, že dotazník byl opravdu většinou vyplněn osobami, které vykonávají s problematikou reklamací jako takových, na poli pracovním, určitou agendu.

**Otázka č. 2: Jak z Vašeho pohledu byla ukončena většina reklamací, kterých jste se při plnění pracovních úkolů účastnil/la?**

- a) Docílil/la jsem vyřešení situace způsobem, který jsem preferoval/la
- b) Nedocílil/la jsem vyřešení situace způsobem, který jsem preferoval/la
- c) Reklamace nebyla ukončena, záležitost se nevyřešila

## 2. OTÁZKA

■ Možnost a) ■ Možnost b) ■ Možnost c)

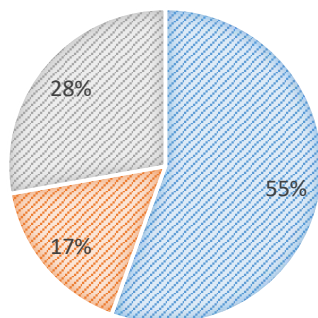


V souvislosti s touto otázkou lze konstatovat, že ve vzorku respondentů/zaměstnanců drtivá většina docílí vyřízení způsobem, jaký preferují, tedy jaký například zákazníkovi nabídne apod.

**Otázka č. 3: Víte, jaké právo NEnáleží kupujícímu v případě reklamace zboží/věci trpící nepodstatnou vadou?**

## 3. OTÁZKA

■ Odstoupení od smlouvy ■ Přiměřená sleva z kupní ceny ■ Odstranění vady



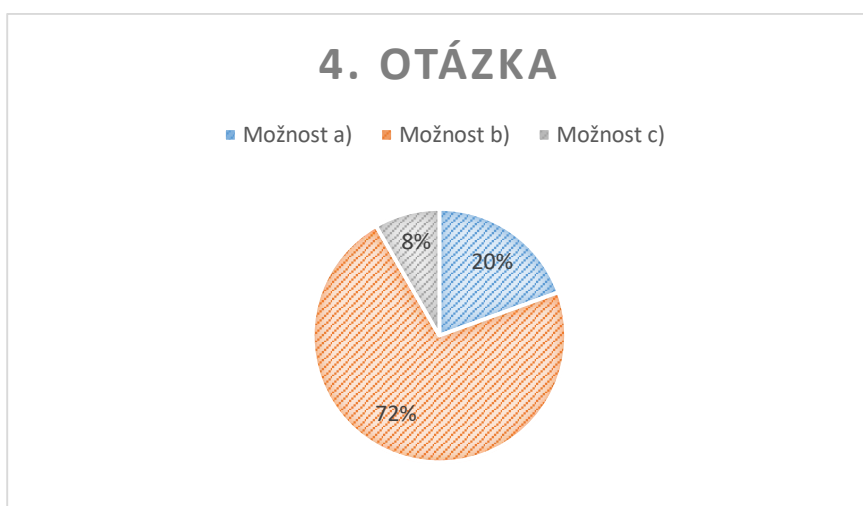
U této otázky se projevila neznalost aktuální právní úpravy, neboť 45% respondentů, tedy téměř polovina, volila nesprávné varianty. V případě nepodstatné vady na věci/výrobku, není možno požadovat s ohledem na ust. § 2107 OZ po prodávajícím odstoupení od smlouvy. V konečném důsledku by tedy tato neznalost mohla vést k situacím, kdy bude kupující vyhověno a bude odstoupeno od kupní smlouvy i za situace, kdy na takovéto nároky neměli právní oporu. V důsledku takovýchto situací, by podnik mohl utrpět hypotetické újmy, neboť bude nucen přebírat



vrácené použité zboží, které zpravidla již nebude moci uvádět na trh jakožto zboží nové. A utrpí tímto tedy ekonomickou újmu.

**Otázka č. 4: Při prodeji zboží v obchodě je možno reklamovat zboží z titulu záruky za jakost v době:**

- a) Šesti měsíců od převzetí
- b) Dvaceti čtyř měsíců od převzetí
- c) Čtyřiceti osmi měsíců od převzetí, pokud je tak ujednáno



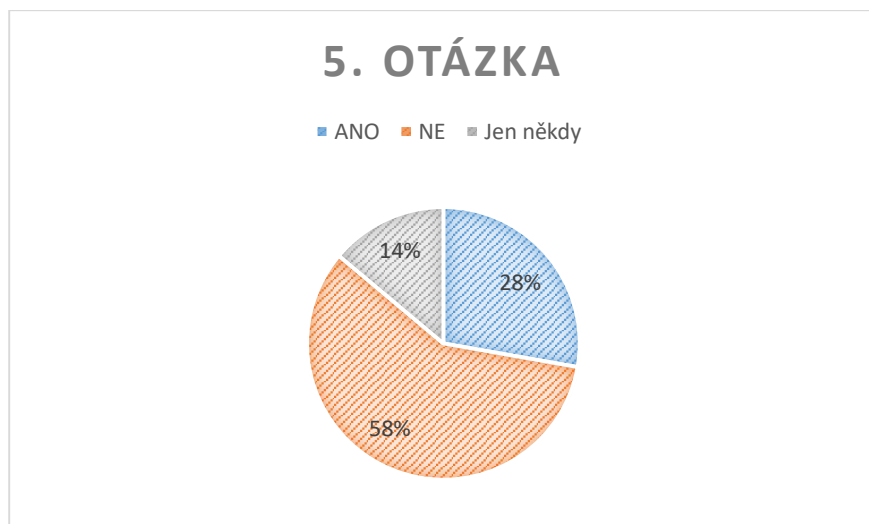
Tato otázka se mohla jevit respondentům jako poněkud matoucí, neboť při prodeji zboží v obchodě je opravdu možné reklamovat zboží ve lhůtách jak šesti měsíců od převzetí, tak i do dvaceti čtyř měsíců od převzetí a to dle ust. § 2165 odst. 1, resp. ust. § 2161 odst. 2 OZ. Tato otázka však byla položena v intencích reklamace z titulu záruky za jakost dle ust. § 2113 a násl. OZ a právě v intencích záruky za jakost nejsou smluvní strany téměř nikterak limitovány v rozsahu záruk a garancí, ke kterým se prodávající subjekt dobrovolně zaváže a po jakou dobu je bude druhé smluvní straně garantovat.

Výsledkem neznalosti odlišností mezi těmito dvěma instituty, tedy mezi zárukou za jakost a právy z vad, by teoreticky mohly nastat situace, kdy se prodávající, byť možná nevědomky určitým způsobem zaváže ke garanci určitých vlastností výrobku a tyto následně nebude chtít kupujícímu umožnit využít, byť tento na ně bude mít bezesporu právní nárok a to dle ust. § 2113 a násl. OZ. V případném soudním sporu by za takové situace nebylo pochyb o hypotetickém vítězi. Takovýmto nevědomým zavázáním se, může být veřejné proklamování určitých vlastností výrobku reklamou,

nebo uvedení určitých záruk na obalu, byť tyto záruky nebudou expressis verbis součástí uzavřené smlouvy, tak jak praví ust. § 2113 OZ.

S ohledem na zjištění nedostatků touto otázkou, by mělo dojít k osvětě zaměstnanců v této problematice.

**Otázka č. 5: Má v intencích kupní smlouvy kupující jakožto podnikatel odlišné postavení (co do práv a povinností) než osoba nepodnikající?**



Zde měla být správně zakroužkována možnost „jen někdy“, neboť s ohledem na ust. § 2158 OZ lze tvrdit, že v určitých situacích, konkrétně v případě, že při uzavírání smlouvy jako takové není z okolností zřejmé, že se koupě týká podnikatelské činnosti, bude ke kupujícímu přistupováno jako k běžnému spotřebiteli a byť se bude jednat o koupi zboží pro podnikatelské účely, tak optikou tohoto ustanovení bude kupující požívat rozšířené ochrany dle ust. § 2158 OZ a násl.

Příkladem může být situace, kdy do obchodu s elektronikou vstoupí osoba, která si následně v prodejně vybere určitý mobilní telefon a tento bude chtít v prodejně následně zakoupit. Prodavač se však nedotáže kupujícího, za jakým účelem je zařízení požadováno a kupující taktéž nikterak neprojeví skutečnost, že má být mobilní telefon pořízován pro výkon podnikatelské činnosti. Následně je uzavřena kupní smlouva a kupující odchází z prodejny. V takovémto případě tedy kupující, požívá zvýšené ochrany pododdílu pátého, tedy ust. § 2158 a násl. OZ.

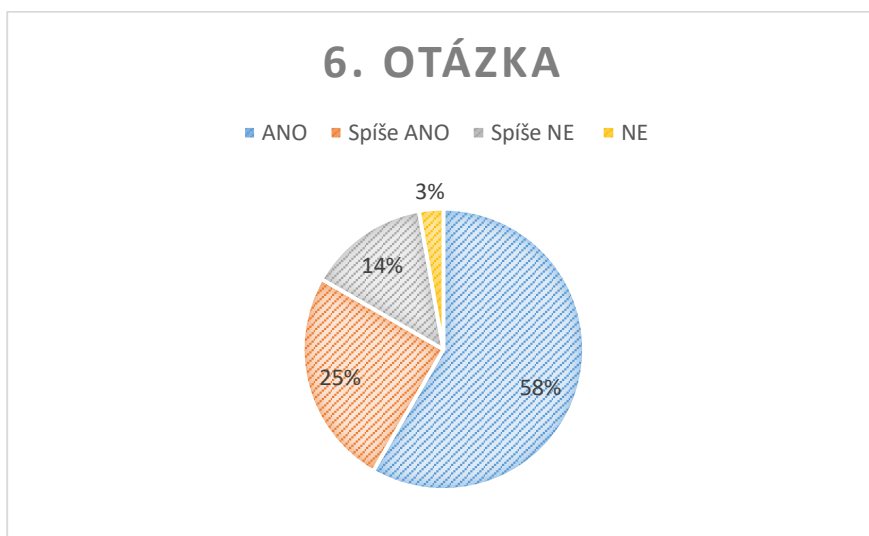
Pro prodávající subjekt tato situace má dalekosáhlé důsledky při uplatňování reklamace zboží, neboť jak již bylo pojednáno v předchozích kapitolách, tak se například v prvních šesti měsících od převzetí zboží presumuje vadnost výrobku již při

přechodu nebezpečí škody na věci, pokud se vada vyskytne na zboží v této době od převzetí. Dochází tedy k přenesení důkazního břemene na prodávajícího. Dále v tomto pododdíle není obsažena úprava lhůt pro vytknutí vady, jako je tomu v případě běžné kupní smlouvy, mimo režim prodeje zboží v obchodě.

Tento modelový příklad tedy směřuje především na situace, kdy by prodávající měl být obezřetný z důvodu vlastní ochrany v intencích práv z vad, aby tedy nevědomky svou pasivitou při uzavírání smlouvy, nedocílil toho, že bude nucen protistraně poskytnout větší standard ochrany, než by bylo nutné.

Při tomto hypotetickém modelovém případě je odhlédnuto od povinnosti kupujícího mít po správnosti na daňovém dokladu najisto stanoveno, že věc je pořízována pro jeho, jakožto určitý podnikající subjekt, případně právnickou osobu, tak aby mohl být tento doklad následně využit v jeho účetnictví jakožto nákladová položka snižující daňový základ.

**Otázka č. 6: Jsou pro Vás reference ohledně poruchovosti, kazovosti a kvality spojené s výrobkem důležitým kritériem při výběru takového výrobku?**

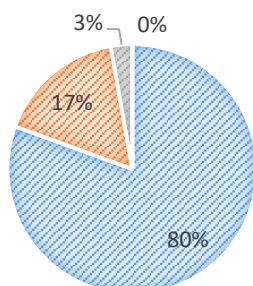


Výstupem vyhodnocení této otázky bylo, že pro celých 83% respondentů jsou reference výrobku, nebo zboží co do poruchovosti a kazovosti, důležitým kritériem při výběru výrobku.

**Otázka č. 7: Myslíte si, že častý výskyt vad na výrobcích určitého výrobce má přímý dopad na jeho ekonomické výsledky?**

## 7. OTÁZKA

■ ANO ■ Spíše ANO ■ Spíše NE ■ NE

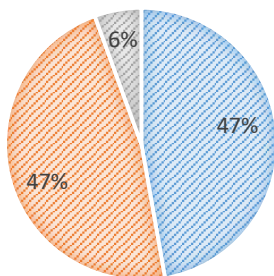


97% respondentů odpovědělo, že vnímají problematiku vadnosti výrobků jako důležitý aspekt ovlivňující ekonomické výsledky společnosti/podnikajícího subjektu.

**Otázka č. 8: Vůči komu budete primárně jako kupující uplatňovat reklamaci vady zboží jako takovou?**

## 8. OTÁZKA

■ Prodávajícímu ■ Výrobci ■ Servisnímu technikovi



U této otázky většina dotazovaných osob volila mezi možnostmi „*prodávajícímu*“ a „*výrobci*“. Správně by však měla být volena možnost vůči „*prodávajícímu*“, neboť problematika práv z vad primárně dopadá a reaguje na vztahy mezi prodávajícím a kupujícím, kteří jsou mezi sebou určitým způsobem smluvně zavázáni a plynou jim z toho určitá práva a povinnosti. Tato problematika tedy představuje určitou základní sumu práv kupujícího při obraně proti prodávajícímu při výskytu vad na výrobku a naopak prodávajícímu poskytuje tato úprava ochranu v tom slova smyslu, že brání uplatňování práv kupujícímu vůči prodávajícímu určitým zneužívajícím způsobem.

Tato práva, je i s ohledem na výše uvedené nutno odlišovat od institutu záruky za jakost, případně náhrady škody dle ust. § 2910 a násl. OZ

Neznalost této problematiky může vyústit v situace, kdy podnikající subjekt bude jakožto výrobce vyřizovat agendu reklamací výrobků v intencích práv z vad, a to i za situace, kdy k tomuto není ze zákona povinen, neboť tuto agendu by měl řešit primárně subjekt obligačně zavázaný s kupujícím. V důsledku této neznalosti tak bude vykonávána na podnikové úrovni agenda reklamací, a to se všemi svými náklady, ke kterým výrobce není po právu povinen, a v důsledku tohoto jednání budou podniku narůstat provozní náklady.

Jako příklad z praxe může opět posloužit situace, kdy dojde v prodejně ABC k prodeji mobilního telefonu značky XY, a po čtyřech měsících se na tomto telefonu XY vyskytnou vady. Zboží bude zákazníkem reklamováno vůči prodejci, nikoliv vůči výrobci jako takovému, neboť ten není v přímém smluvním vztahu s koncovým zákazníkem. O povinnosti výrobce určitým způsobem reagovat na tzv. kvazireklamacce, můžeme hovořit jen v intencích ust. § 2909 a násl. OZ. Především v souvislosti s ust. § 2939 OZ tedy za situací, kdy vada výrobku způsobí určité osobě škody na jiných věcech odlišných od věci samotné, takovéto škody vzniknuvší vadou výrobku mohou být následně uplatňovány přímo vůči výrobci, nikoliv vůči prodejci.

#### **4.1 Souhrnné vyhodnocení dotazníku**

Z informací, které byly získány vyhodnocením testových otázek dotazníku, lze konstatovat, že byt' na dotazník odpovídali téměř výhradně respondenti věnující se alespoň částečně, v rámci své pracovní agendy, problematice reklamací, tak řada problematik nebyla těmito osobami řádně uchopena tak, jak by měla být. Autor této práce se domnívá, že u běžné veřejnosti bude tato neznalost problematiky obdobná, možná dokonce větší.

V důsledku těchto neznalostí mohou být podnikajícímu subjektu způsobeny všechny výše nastíněné komplikace, lze proto jen doporučit, aby byly v podniku provedeny určité změny, které by tyto nedostatky odstranily.

#### **4.2 Zpětná odezva v podniku**

Po proběhnutí tohoto dotazníkového šetření došlo k proškolení zaměstnanců společnosti v předmětné problematice a byly vnitropodnikově nastaveny určité právní procesy prevence, mající za cíl předcházet nedůvodným ztrátám z titulu neodborně

řešených reklamací. Taktéž byla upravena veškerá smluvní dokumentace, tak aby vyhovovala platné právní úpravě a srozumitelným způsobem informovala taktéž kupující o případných právech v souvislosti s případnou reklamací, tedy i jakým způsobem nejvhodněji společnost o uplatnění reklamace informovat apod., tak aby například nedocházelo ke komunikačním nedorozuměním apod. Zavedeny byly též standardizované postupy řešení reklamací.

## 5 Závěr

Cílem této práce bylo v obecné rovině přehledně a uceleně pojednat o problematice reklamací z právního a ekonomického hlediska a předestřít vybrané možné dopady těchto reklamací na podnik. Byl tedy proveden výčet nejběžnějších smluvních typů, se kterými se podnikatelé při své činnosti mohou setkávat. Následně bylo v obecné rovině pojednáno o problematice reklamací a poté ve vztahu k těmto vybraným smluvním typům. V práci byla taktéž věnována pozornost rozčlenění laického pojetí reklamace na konkrétně uchopitelné právní instituty, konkrétně tedy záruku za jakost, práva z vad a náhradu škody dle ustanovení Občanského zákoníku o závazcích z deliktů, toto odlišení bylo demonstrováno i na konkrétních příkladech pro lepší pochopení problematiky.

V třetí kapitole této práce a kapitolách následujících, byly předestřeny možné ekonomické a jiné dopady reklamací na podnik. Pozornost byla věnována jak problematice účtování reklamací, dopadů reklamací na logistické toky a další hypotetická rizika nedílně přicházející s větším množstvím reklamací.

Byly taktéž předestřeny některé možné preventivní opatření k minimalizaci veškerých těchto rizik a to jak v čistě právní, tak i čistě ekonomické či výrobní rovině.

Část této práce byla věnována vyhodnocení proběhnuvšího dotazníkového šetření, kdy získaná data ilustrovala, jak velkým a aktuálním tématem zvolená problematika může být, neboť veškeré popsané hrozby by v případě vybrané společnosti byly více než reálné. Vrcholný management společnosti následně diametrálně odlišně přistoupil k podchycení těchto rizik tak, jak bylo popsáno výše.

Autor této práce se však domnívá, že se jednalo o ojedinělý případ promptní nápravy nevyhovujícího stavu ve společnosti, kdy podnikajících subjektů v obdobné situaci je velmi mnoho, avšak z důvodu neznalosti nebo laxnosti, nevěnují této problematice patřičnou pozornost a vystavují se tak riziku, že by v případě určité krizové situace, kdy dojde k masovému výskytu reklamací u jejich výrobků, nemuseli být na tuto hrozbu patřičně připraveni tak, aby minimalizovali dopady na jejich podnikání.

## Seznam použité literatury

### Odborné knihy

- BELLOVÁ, J., ZLÁMAL, J. *Základy účetnictví. 1. vydání.* Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3508-4
- BLECHARZ, Pavel, *Kvalita a zákazník.* Praha: EKOPRESS, 2015. ISBN 978-80-87865-20-0
- HOŘEJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J. *Mikroekonomie. 5. aktualizované vydání.* Praha: Management press, 2010. ISBN 978-80-7261-218-5
- HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník VI. Závazkové právo. Zvláštní část (§ 2055-3014). Komentář. 1. vydání.* Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-287-8
- KISLINGEROVÁ, E., NOVÝ, I. a kol. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí. 1. vydání.* Praha: C. H. Beck, 2005. ISBN 80-7179-847-9
- MACUROVÁ, P., KLABUSAYOVÁ, N., TVRDOŇ, L. *Logistika. 2. upravené a doplněné vydání.* Ostrava: SOET, vol. 16., VSB-TU Ostrava, 2018. ISBN 978-80-248-4158-8
- PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář. 1. vydání.* Praha: C. H. Beck, 2017. ISBN 978-80-7400-653-1
- SMEJKAL, V., RAIS, K. *Řízení rizik.* Praha: Grada Publishing, a.s., 2003. ISBN 80-247-0198-7
- STRÁNSKÝ, Petr. *Transformace ekonomiky a finanční investování.* Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1997. ISBN 80-7067-709-0
- STÝBLO, J., *Outsourcing a outplacement: vyčleňování činností a uvolňování zaměstnanců.* Praha: ASPI, 2005. ISBN 80-7357-094-7
- ŠTOHL, Pavel. *Učebnice účetnictví pro střední školy a veřejnost. 2. díl.* Znojmo: Nakladatelství Ing. Pavel Štohl, s.r.o., 2016. ISBN 978-80-87237-92-2
- ŠVESTKA, J., DVOŘÁK, J., FIALA, J. a kol. *Občanský zákoník. Komentář. Svazek V.* Praha: Wolters Kluwer, a.s., 2014. ISBN 978-80-7478-638-9
- TINTĚRA, T., PODRAZIL, P., PETR, P. *Základy závazkového práva. 1. díl.* Praha: Leges, 2016. ISBN 978-80-7502-124-3



TOMEK, G., VÁVROVÁ, V. *Řízení výroby. 2. rozšířené a doplněné vydání*. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2000. ISBN 80-7169-955-1

## **Právní předpisy**

Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2012, částka 33, s. 1026-1368. Dostupný také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>. ISSN 1211-1244

Zákon č. 634 ze dne 16. prosince 1992 o ochraně spotřebitele. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1992, částka 130, s. 3811-3816. Dostupný také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-634>

## **Internetové zdroje**

VOLF, Tomáš. *Akcie Volkswagenu čeká ještě hlubší pád, odhadují analytici*. In: Novinky.cz [online]. Novinky. cz, 29. 9. 2015, [cit. 2020-03-06]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/akcie-volkswagenu-ceka-jeste-hlubsi-pad-odhaduji-analytici-327176>

DUDEK, Martin. *Řešení neshod prostřednictvím 8D Reportu*. In: Kvalita-jednoduše.cz [online]. Kvalita-jednoduše.cz, 29. 9. 2014, [cit. 2020-03-06]. Dostupné z: <http://kvalita-jednoduse.cz/8d-report/>

Český statistický úřad. *Statistiky* [online]. [cit. 2020-3-2]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/62755324/32018118\\_0401.pdf/961c73c9-bcf7-4152-a17b-362a7bc319aa?version=1.1](https://www.czso.cz/documents/10180/62755324/32018118_0401.pdf/961c73c9-bcf7-4152-a17b-362a7bc319aa?version=1.1)

Český statistický úřad. *Statistiky* [online]. [cit. 2020-3-2]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/61508910/32018118\\_0503.pdf/ad01eb51-ebc3-4b44-8852-ac1ee6f3e274?version=1.0](https://www.czso.cz/documents/10180/61508910/32018118_0503.pdf/ad01eb51-ebc3-4b44-8852-ac1ee6f3e274?version=1.0)

Český statistický úřad. *Statistiky* [online]. [cit. 2020-3-2]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/62755324/32018118\\_0404.pdf/50759b53-e415-4596-bdbb-bec1745d7460?version=1.1](https://www.czso.cz/documents/10180/62755324/32018118_0404.pdf/50759b53-e415-4596-bdbb-bec1745d7460?version=1.1)

Česká advokátní komora. *ČAK: Počet advokátů stoupá*. [online]. 2012 [cit. 2020-3-2]. Dostupné z: <https://www.cak.cz/scripts/detail.php?id=10276>

Česká advokátní komora. *Počet advokátů a právních firem nepřetržitě stoupá*. [online]. 2006 [cit. 2020-3-2]. Dostupné z: <https://www.cak.cz/scripts/detail.php?id=1257>

## **Judikatura**

Rozhodnutí Nejvyššího soudu České republiky ze dne 16. 11. 2017, sp. zn. 23 Cdo 3724/2017

Supreme Court of the Republic of Lithuania, ze dne 10. 5. 2010, sp. zn. 3K-3-201/2010

## **Seznam zkratek**

ČAK	Česká advokátní komor
ČSÚ	Český statistický úřad
EOQ	Economic Order Quantity
OZ	Zákon č. 89/2012 Sb, Občanský zákoník, v platném znění
8D	Eight Disciplines Problem Solving, 8D Report

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Olomouci dne 1.5.2020

MOJÍR KRÁTKÝ

jméno a příjmení studenta

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 – Reklamační dotazník

## **Seznam grafů**

Graf 3.2.2 Vývoj ceny akcií společnosti Volkswagen.....26

Graf 3.2.3 Dokonalé substituty graficky.....27

## Příloha č. 1

### Reklamační dotazník

*Vyplnění tohoto dotazníku vám zabere odhadem 10 minut*

*Vámi zvolené odpovědi prosím kroužkujte, správná je vždy jen jedna možnost*

*Veškeré Vámi zvolené odpovědi budou anonymně zpracovány*

---

- 1) Věnujete ve svém profesním životě (alespoň částečně) problematice reklamací zboží, služeb apod.?
  - a) ANO
  - b) NE
  
- 2) Jak z Vašeho pohledu byla ukončena většina reklamací, kterých jste se při plnění pracovních úkolů účastnil/la?
  - d) Docílil/la jsem vyřešení situace způsobem, který jsem preferoval/la
  - e) Nedocílil/la jsem vyřešení situace způsobem, který jsem preferoval/la
  - f) Reklamace nebyla ukončena, záležitost se nevyřešila
  
- 3) Víte, jaké právo **NEnáleží** kupujícímu v případě reklamace zboží/věci trpící nepodstatnou vadou?
  - a) Odstoupení od smlouvy
  - b) Přiměřená sleva z kupní ceny
  - c) Odstranění vady
  
- 4) Při prodeji zboží v obchodě, je možno reklamovat zboží z titulu záruky za jakost v době:
  - d) Šesti měsíců od převzetí
  - e) Dvaceti čtyř měsíců od převzetí
  - f) Čtyřiceti osmi měsíců od převzetí, pokud je tak ujednáno
  
- 5) Má v intencích kupní smlouvy kupující jakožto podnikatel odlišné postavení (co do práv a povinností) než osoba nepodnikající?
  - a) ANO
  - b) NE
  - c) Jen někdy

- 6) Jsou pro Vás reference ohledně poruchovosti, kazovosti a kvality spojené s výrobkem důležitým kritériem při výběru takového výrobku?
- a) ANO
  - b) Spíše ANO
  - c) Spíše NE
  - d) NE
- 7) Myslíte si, že častý výskyt vad na výrobcích určitého výrobce má přímý dopad na jeho ekonomické výsledky?
- a) ANO
  - b) Spíše ANO
  - c) Spíše NE
  - d) NE
- 8) Vůči komu budete primárně jako kupující uplatňovat reklamaci vady zboží jako takovou?
- a) Prodávajícímu
  - b) Výrobci
  - c) Servisnímu technikovi

Děkuji za Váš čas při vyplňování dotazníku!